MARKETING & TOURISME
Audit - Conseil - Appui technique - Formation

Fiche Pratique : Organiser sa veille pour gérer sa e-réputation et promouvoir son activité sur le Web 2.0

Ce que l'on dit de vous sur le web, vous donne de la visibilité....

A vous d'en faire en atout commercial !

Les contenus publiés par les internautes à votre sujet, mais également au sujet de votre environnement, des thématiques importantes pour vous... sont une vraie richesse « marketing » et ils sont aussi de vrais leviers de promotion si l'on sait en tirer partie !

1. Avant toute chose il faut définir le champ d'action de sa veille.

Quels sont les sujets, les thèmes, les noms, les expressions sur lesquels j'ai tout intérêt à être en veille pour suivre ce qui se dit de moi, de mon environnement ou des thématiques qui m'intéressent et sur lesquels je vais pouvoir intervenir pour promouvoir mon activité.

Il est indispensable de définir le champ d'action de sa veille en termes de mots clés :

Nom de votre entreprise / votre destination (OTSI)	Les thématiques ou vous avez un avantage concurrentiel.	Un événement particulier, un site ou un monument phare ...

2. Ensuite il faut utiliser les bons outils pour être en veille en automatisant le processus au maximum.

- Les systèmes d'alertes automatiques :

Google alertes bêta — Scanne tout ou partie de l'indexe Google sur les mots clés prédéfinis.
(Gratuit - http://www.google.com/alerts)

socialmention* — Scanne uniquement les sites dits « web 2.0 » sur les mots clés prédéfinis.
(Gratuit - http://www.socialmention.com)

alerti — Outil qui analyse essentiellement les sites dits « web 2.0 » sur les mots clés prédéfinis et propose des fonctions d'administration collaboratives des alertes tout à fait appréciables *(Gratuit et Payant - http://fr.alerti.com).*

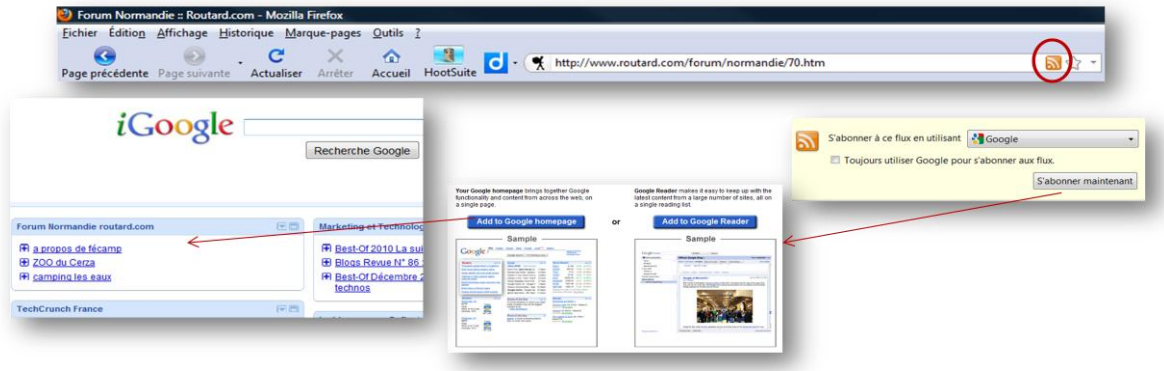
tripadvisor, trivago, QYPE — Les systèmes d'alertes propres aux sites d'avis de voyageurs.
(Gratuit, mais accessible qu'à partir du moment où vous avez la main sur les fiches qui vous concernent. Voir tous les liens en annexe de la présentation).

- Les Flux RSS :

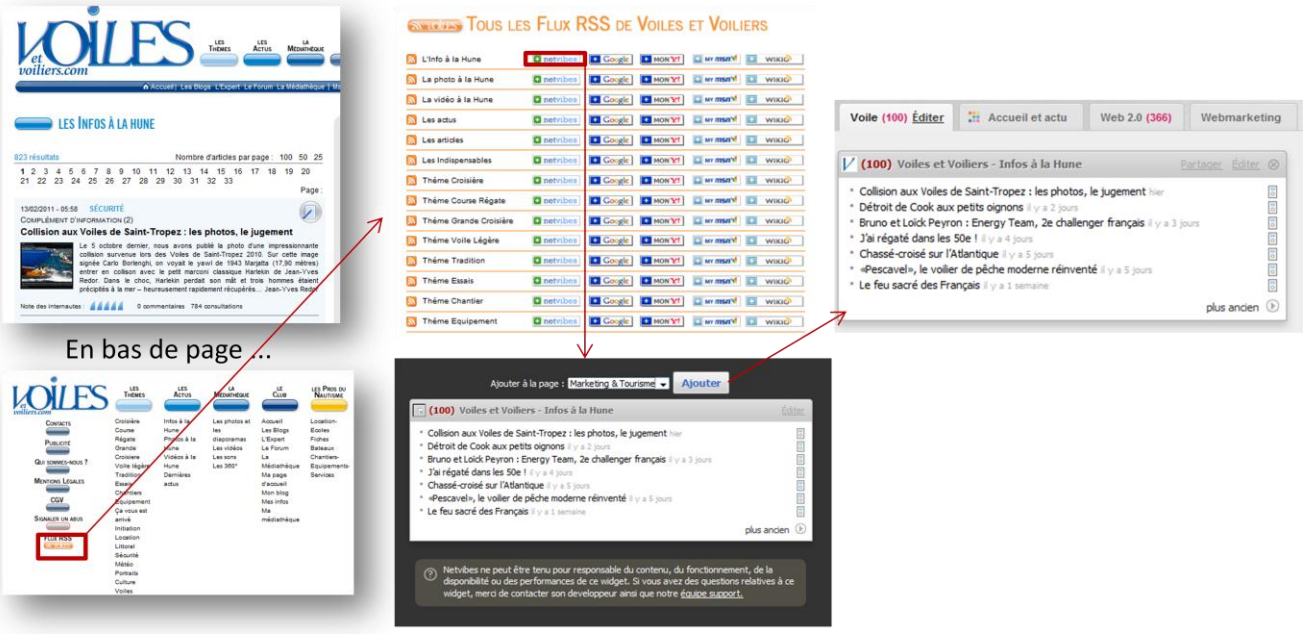
Un flux RSS est un fichier (xml) dont le contenu est produit automatiquement en fonction des mises à jour d'un site web ou d'une page web.
Les flux RSS sont souvent utilisés par les sites d'actualité ou les blogs.
Ils contiennent en général un titre ainsi qu'un lien pointant vers l'information décrite.
Le terme RSS signifie « Really Simple Syndication ».

Le fait de « s'abonner » à des flux RSS en utilisant ce que l'on appelle des « agrégateurs de Flux RSS » comme Netvibes ou iGoogle permet de suivre en un coup d'œil les mises à jour des pages ou des sites web qui vous intéressent ou vous concernent (nouveau commentaire, nouvel article...).

Exemple : Abonnement aux flux RSS d'une page à partir de son navigateur (avec iGoogle)



Exemple : Abonnement à partir des flux RSS proposés sur un site web (avec Netvibes)


VOILES et voiliers.com
LES INFOS À LA HUNE
Collision aux Voiles de Saint-Tropez : les photos, le jugement
En bas de page ...
TOUS LES FLUX RSS DE VOILES ET VOILIERS
L'Info à la Hune
La photo à la Hune
La vidéo à la Hune
Les actus
Les articles
Les Indispensables
Thème Croisière
Thème Course Régate
Thème Grande Croisière
Thème Voile Légère
Thème Tradition
Thème Essais
Thème Chantier
Thème Equipement
Voile (100) Éditer
Accueil et actu
Web 2.0 (366)
Webmarketing
(100) Voiles et Voiliers - Infos à la Hune
Collision aux Voiles de Saint-Tropez : les photos, le jugement
Détroit de Cook aux petits oignons
Bruno et Loick Peyron : Energy Team, 2e challenger français
J'ai régaté dans les 50e !
Chassé-croisé sur l'Atlantique
«Pescavel», le voilier de pêche moderne réinventé
Le feu sacré des Français
plus ancien
Ajouter à la page : Marketing & Tourisme
Ajouter
Netvibes ne peut être tenu pour responsable du contenu, du fonctionnement, de la disponibilité ou des performances de ce widget.

- Outils dédiés à la recherche d'un type de contenu (vidéos, blogs, forums)

3. Actions et bonnes pratiques sur les sites d'avis :

- Utilisez les espaces qui vous sont destinés. *(Fiches « entreprise », fiches « organisme de tourisme », Experts de destination sur Tripadvisor ... voir les annexes de la présentation)*
- Soyez en veille et suivez très régulièrement ces sites pour être en mesure de répondre rapidement aux commentaires.
- Répondez aux avis en toute transparence.
- Restez toujours aimable et serviable quelques soient les circonstances !
- Incitez vos clients à laisser des commentaires.
  NB : L'email de remerciement « post-séjour » invitant vos clients à laisser des commentaires sur ces sites, via des liens vers vos fiches, reste la technique la plus efficace).
- Intégrez directement les avis de consommateurs sur votre site web (widgets).

4. Actions et bonnes pratiques sur les forums :

- Effectuez une veille régulière sur tous les types de forums (avec vos mots clés).
- Répondez aux questions auxquelles vous pouvez répondre en toute transparence.
- Ouvrez des discussions en mettant en avant votre expertise sur les forums les plus pertinents.
- Ne cherchez surtout pas à vendre directement ! Rendez service avant de parler de vous.

5. Actions et bonnes pratiques sur les blogs :

- Créez un ou plusieurs blogs thématiques (mutualisés), si vous le pouvez.
  NB : Les OTSI ont une position idéale pour organiser la production de contenus sur leur territoire. Créer du contenu à partir d'un ou plusieurs blogs apporte énormément de visibilité...
- Agissez dans les commentaires des articles, dès que l'opportunité se présente (soyez réactif) et pensez aussi « référencement ». *(cf. illustration présentation).*
- Identifiez les bloggeurs influents pour vous, proposez leurs de publier des articles, de relayer des opérations spéciales, invitez-les (comme des journalistes) ...

6. Actions sur les sites de partage Multimédia :

- Publiez vos photos et vidéos sur ces sites.
- Utilisez les espaces que vous pouvez investir pour mettre en valeur vos contenus multimédia et faîtes de ces espaces des supports de communication (Groupe Flickr et Chaine Youtube, en particulier).
- Lorsque cela est pertinent, commentez les vidéos des internautes.

Conseils Marketing&Tourisme :

- Repensez votre organisation pour intégrer ces nouvelles missions. L'enjeu est de taille !
  - Quelles tâches pouvez-vous réduire ou supprimer pour gagner 1heure par jour ?
  - Vos choix budgétaires en termes de promotion sont-il pertinents au regard de ce que peut vous apporter ce type d'action ?
- Impliquez et responsabilisez vos équipes et vos salariés sur ces enjeux et ces nouvelles missions. C'est indispensable.

Liens utiles :

- Tableau récapitulatif ultra complet (trop ?) des outils de veille existants : http://www.tablefy.com/compare/2652/e-r%E9putation
- Excellent Blog traitant de la e-réputation : http://caddereputation.over-blog.com/
- Mode d'emploi pour créer une Galerie Flickr : http://www.francparler.org/fiches/flickr.htm
- Centre d'aide Youtube (créer, un compte, une chaîne, personnaliser sa chaîne ...) : http://www.google.com/support/youtube/
- Foire aux questions concernant l'utilisation des vidéos Youtube sur son site web : http://www.youtube.com/youtubeonyoursite?hl=fr